

'Speciaalzaak kan terrein terugwinnen op supermarkt'

16-05-2014 13:59

Foodspeciaalzaken kunnen flink groeien als ze zich positioneren als het gezonde alternatief voor supermarkten. Dat zegt Cindy van Cauter van Quotus Research in RetailTrends 5, die vorige week verschenen is.

Gezondheid staat hoog op de prioriteitenlijst van consumenten, aldus Cauter. "Als de specialisten het goed aanpakken, is er een kans." Waar levensmiddelenzaken hun omzet lange tijd naar supermarkten zagen gaan, ziet zij dankzij veranderingen in de levensstijl van consumenten weer kansen. "De trendsetters kopen al meer bij de speciaalzaak."

Ook winkelontwerper Theo Lindemann van ontwerpbureau VBAT ziet mogelijkheden voor foodspeciaalzaken. Het gaat erom dat foodspecialisten de consument helpen bij het beantwoorden van de vraag 'wat eten we vanavond?', aldus Lindemann.

Daarbij biedt kennis van lokale markten en aanbieders met name lokale spelers veel voordelen. "Voorals deze spelers kunnen consumenten beter bedienen dan het grootwinkelbedrijf", stelt hij.

In het meinumner van RetailTrends gaan Cindy van Cauter en Theo Lindemann verder in op de ontwikkelingen binnen foodretail. Daarnaast vertelt Lindemann over het idee van Jumbo Foodmarkt, dat VBAT hielp ontwikkelen. Dat is volgens hem een denkriching die supermarkten helpt om te blijven voldoen aan de behoefte van de veranderende consument.

RetailTrends 5 verscheen vorige week met EtailTrends 3. [Klik hier voor een jaarabonnement voor elf keer RetailTrends en zes keer EtailTrends.](#)